

## 2. МОНИТОРИНГ НА КОНТРАБАНДАТА

След опита за систематизиране, анализ и описание на типичните контрабандни схеми, канали и практики възниква въпросът за моментното състояние и възможностите за оценка на промените.

При контрабандата, както и при корупционните престъпления, дискретността и непрозрачността са иманентни характеристики на явлението. Самият факт, че контрабандата въобще, и в частност съпътстваната от корупция, е незаконна и нелегална (скрита) дейност, показва, че тя не може да бъде измервана с традиционните методи на социо-икономическата статистика.

В този план като изходна база при оценката на размера на контрабандата могат да послужат изследванията на "сивия сектор". Предпоставка за това е наличието на сериозни емпирични и теоретични изследвания в областта на "сивата икономика".

От друга страна, значителна част от тази паралелна икономика в България съществува чрез и благодарение на различните механизми на контрабандата. В този смисъл оценката за мащабите на "сивата икономика" определя и рамката за изследването на контрабандата.

### 2.1. МЕТОДИ НА ИЗМЕРВАНЕ НА „СИВАТА ИКОНОМИКА“

Добра основа при оценката на националната "сива икономика" представляват международните оценки за големината на този тип икономика в страните от Източна Европа. (виж табл. 2.1)

По-различна е оценката за големината на "сивата икономика" на страната, направена от Националния статистически институт (отдел "Национални сметки"). Според изчисленията на института, обемът на "сивата икономика" за 1998 г. в страната е 22%. Редица експерти, наблюдаващи различни сектори на тази икономика, обаче считат, че цифрите на международните сравнителни изследвания са по-близки до реалното състояние на "сивата икономика".

Превръщането на процентните оценки в стойностния им еквивалент дава представа за големината на загубите, които националната икономика е понесла през последните години. Ако приемем международните оценки, през 1994-1995 г. "сивата икономика" е съставяла между 32% и 35% от БНП на страната, което представлява около **3.6 – 3.9 млрд. долара**. Ако приемем значително по-ниската оценка на НСИ, то през 1998 г. преизчислено в долари "сивата икономика" е с големина **2.240 млрд. долара**.

Оценката на мащабите на контрабандата изисква детайлизация на анализа. Преди всичко трябва да дадем отговор на въпроса каква част от тези 2.2–4 милиарда долара са пряко или косвено свързани с контрабандните практики. Безспорно в рамките на скритата икономика съществуват многобройни дейности, които нямат пряка връзка с контрабандата, като например наемането на работна ръка, търговията с български стоки, натуралното производство и т.н.

Таблица 2.1. РАЗМЕР НА “СИВАТА ИКОНОМИКА” (В ПРОЦЕНТИ ОТ БВП)

Physical Input (Electricity) метод, използващ стойности от Джонсън, Кауфман, Шлайфер (1997) и стойности в “/ */” от Лако (1999)							
		Средно 1989-1990		Средно 1990-1993		Средно 1994-1995	
<b>Бивши съветски републики</b>							
1	Азърбайджан	21.9	(-)	33.8	(41.0)	59.3	(49.1)
2	Беларусия	15.4	(-)	14.0	(31.7)	19.1	(45.4)
3	Естония	19.9	(19.5)	23.9	(35.9)	18.5	(37.0)
4	Грузия	24.9	(-)	43.6	(50.8)	63.0	(62.1)
5	Казахстан	17.0	(13.0)	22.2	(29.8)	34.2	(38.2)
6	Киргистан	-	(13.9)	-	(27.1)	-	(35.7)
7	Латвия	12.8	(18.4)	24.3	(32.2)	34.8	(43.4)
8	Литва	11.3	(19.0)	26.0	(38.1)	25.2	(47.0)
9	Молдова	18.1	(-)	29.1	(-)	37.7	(-)
10	Русия	14.7	(-)	27.0	(36.9)	41.0	(39.2)
11	Украйна	16.3	(-)	28.4	(37.5)	47.3	(53.7)
12	Узбекистан	11.4	(13.9)	10.3	(23.3)	8.0	(29.5)
Средно (бивши съветски републики)		16.7	(16.2)	25.7	(34.9)	35.3	(43.6)
<b>Централна и Източна Европа</b>							
1	България	24.0	(26.1)	26.3	(32.7)	32.7	(35.0)
2	Хърватска	22.8	(-)	23.5	(39.0)	28.5	(39.0)
3	Чехия	6.4	(23.0)	13.4	(28.7)	14.5	23.2
4	Унгария	27.5	(25.1)	30.7	-30.9	28.4	(30.5)
5	Македония	-	(-)	-	-40.4	(-)	(46.5)
6	Полша	17.7	-27.2	20.3	-31.8	13.9	(25.9)
7	Румъния	18.0	-20.9	16.0	-29.0	18.3	(31.3)
8	Словакия	6.9	-23.0	14.2	-30.6	10.2	(30.2)
9	Словения	-	-26.8	-	-28.5	-	(24.0)
Средно (държави от Централна и Източна Европа)		17.6	(17.6)	20.6	(32.4)	20.9	(31.6)

**Източник:** Сиви икономики: Размер, причини и последици. Списание за икономическа литература, март/юни 2000 г.

За да достигнем до “контрабандния дял” на скритата икономика, е необходимо да се съчетаят различни методи на оценка. Условно можем да разделим използваните инструменти на *два основни вида* [20]:

- **Преки методи**, основаващи се на извадкови проучвания на икономическите субекти, за които се предполага, че са свързани с недекларирана стопанска дейност. С тяхна помощ може допълнително да се оценява обемът на дейности, свързани пряко с контрабандата. Например каква част от стойността на продукта има за източник суровините или полуфабрикатите, които имат контрабанден характер
- **Косвени методи**, при които се използват официалните данни за структурата и динамиката на икономическите характеристики с цел количествена оценка и обхват на произведеното от скритата икономика. Тук също може да се търсят съотношения между контрабандата и другите сектори на тази икономика. Например анализът на пазарни сегменти при вноса и износа чрез сравняване на българската статистика с международните статистики, на двустранна и многостранна статистическа основа (виж точка 2.2.).

## 2.2. МЕТОДИКИ ЗА ИЗМЕРВАНЕТО НА КОНТРАБАНДАТА

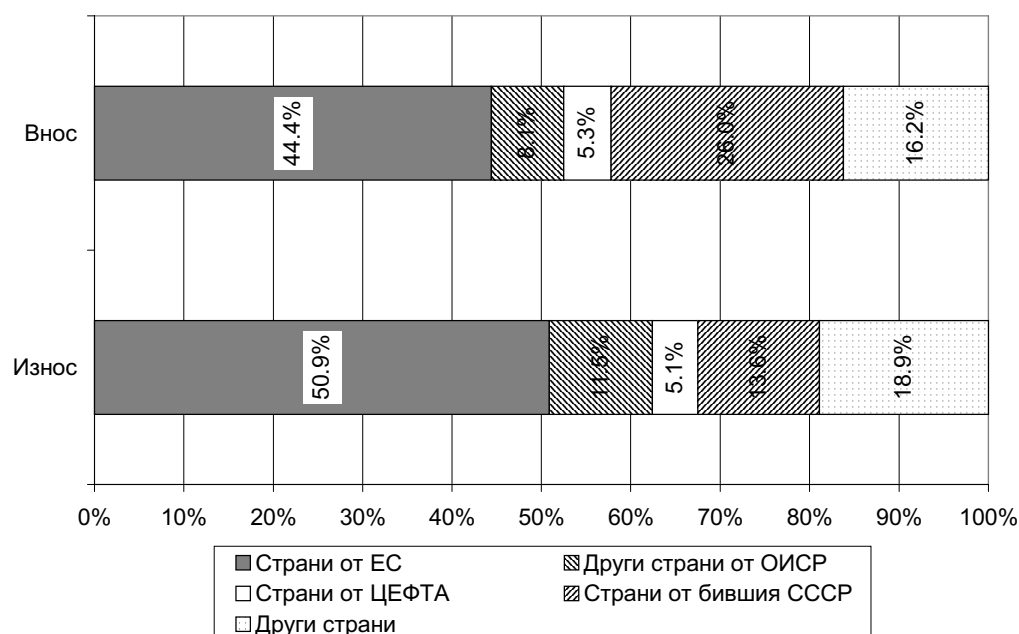
### 2.3.1. ОЦЕНКА НА КОНТРАБАНДАТА В БЪЛГАРИЯ ЧРЕЗ “ОГЛЕДАЛНА СТАТИСТИКА”

Методиката “огледална статистика” се използва за очертаване на различията във външнотърговската отчетност между страни-партньори. Тя е подходяща за анализ на стокооборота между страните от ЕС (ЕС като цяло и отделни негови членове) и икономиките в преход [21]. Състои се в сравняване на събирана за една и съща международна база данни (т.е. по единна методология) външнотърговска информация от страните-партньори. В случая информацията за българския износ към ЕС (или отделна страна-член), предоставена от България, се сравнява с информацията за европейския внос, предоставена от ЕС. Аналогично българската информация за вноса от ЕС се сравнява с европейската информация за износа за България [22].

Прегледът на агрегираната информация от различните източници показва сериозно разминаване между информацията от COMEXT and COMTRADE-HS. Разликата между COMEXT and IMF database and COMTRADE-STIC е по-малка.

През 1998 г. по информация на ЕС (COMEXT-EEC Special trade) **българският износ** се равнява на 2510 млн. щатски долара, а **вносът** на 2730 млн. дол. (фиг. 2.1)

**ФИГУРА 2.1. СТРУКТУРА НА ВНОСА И ИЗНОСА НА БЪЛГАРИЯ ЗА 1998 Г. ПО СТРАНИ**



Сравняването на НСИ данни за **българския износ** към Европейския съюз (ЕС) с данните за вноса на Евростат за вноса на ЕС от България показват разликата от **375 млн. щатски долара**, т.е. това е стойността на вноса в страните от Евросъюза, който в България не е отчетен като износ. Във втория случай сравняването на данни на НСИ за **българския внос** от ЕС с данните за износа на ЕС към България според Евростат показва дори по-голяма разлика – **483 млн. щатски долара**, т.е. в България не се отчитат като внос.

Или ако обобщим, “огледалната статистика” отчита разлика в българския износ през 1998 г. от 15%, а при вноса – от 18%. Данните показват, че съществени различия между българската и европейската външнотърговска статистика датират от 1994 г. (което корелира с някои от обобщенията в

първа глава от настоящата брошура.). За периода 1994-1998 г.г. се запазват различия на равнище между 15-20% спрямо европейската отчетност.

С голяма доза условност може да се твърди, че съотнасянето на **сумарната разлика – 858 млн. щатски долара** към БВП през 1998 г., би ни ориентирало за мащабите на скритата икономика, генерирана от стокообмена на страната с ЕС и мащабите на интересуващото ни явление “контрабанда”.

Анализът трябва да държи сметка и на степента на концентрация на **стокообмена на България с ЕС по страни-членки и стокови групи**. По данни на Евростат – Comext EEC Special trade (т.е. на база отчетността за вноса на ЕС от България) през 1998 г. **63 % от българския износ за ЕС е насочен към три страни** – Италия – 25%, Германия – 22% и Гърция – 16%. Италия е предпочитан пазар за българските стоки от 1995 г. (годината на влизане в сила на Споразумението за асоцииране). Същото се отнася и за вноса – **61% от вноса на България от ЕС е от същите три страни** – 29% от Германия, и по 16% от Италия и Гърция.

Друга важна характеристика е **концентрацията по стокови групи**. Може да се направи изводът, че тя е значителна [23].

Информацията за българския износ откроява най-голямо **разминаване** в абсолютни величини на българската и западноевропейската информация точно при водещите за България партньори. За **Германия** сумата възлиза на 113 млн. щатски долара (през 1998 г.), за **Италия** (72 млн. щатски долара). Значителни са различията при износа за Франция, Бенелюкс, Холандия, Австрия и т.н. В процентно изражение през 1998 г., а и през 1997 г. разликите са най-големи при отчитането на българския износ за Ирландия (234%), Австрия (30%), Холандия и т.н. Стойностите остават високи и при износа за Германия и Италия.

Що се отнася до различията при отчитането на българския внос през 1998 г., правят впечатление значителните разлики при вноса от Гърция -150 млн. долара. Значително е разминаването и при вноса от Германия -108 млн. долара, Австрия – 64 млн. долара, Италия – 61 млн. долара и т.н. В процентно отношение разминаването е най-голямо при отчитането на българския внос от Гърция (34%), Австрия (31%), Холандия (27%). Този процент остава висок и при основния износител за България от ЕС – Германия.

Какво означават тези разлики? При отчитането на българския износ за Германия констатираната разлика (113 млн. долара) означава, че през 1998 г. стоки на тази сума в Германия се отчитат като внос от България, а в представената от България външнотърговска отчетност тези стоки отсъстват. Аналогично при износа за Италия и Австрия, където разликите в абсолютно изражение са общо над 100 млн. долара, стоки на тази стойност в тези две страни са отчетени като внос от България, а у нас те не фигурират никъде.

При вноса системните разлики с Гърция през целия разглеждан период – 1993-1998 г. достигат пикови стойности (52% и 44%) през 1994-95 г. Разликата, която се наблюдава през 1998 г. (150 млн. щатски долара), означава, че през съответната година в **Гърция** стоки на тази стойност се отчитат като износ за България, а в българската отчетност тези данни отсъстват. Тези разлики се дължат главно на 3 позиции (HS 2-digit) – 84 (Nuclear reactors, boilers and machinery) – 20 млн. щатски долара, 61 (Apparel and clothing accessories) – 13 млн. щатски долара, 87 (Vehicles) – 10 млн. щатски долара. В този план са възможни различни хипотези, но без анализ на ниво фирма-вносител едва ли е възможно да се получи ясен отговор.

През 1998 г. в **Германия** се отчита, че автомобили на стойност над 40 млн. долара са изнесени в България, а българската статистика просто не ги отчита като внос (през 1995 г. разликата в отчетността надхвърля 140 млн. долара). Или ако приемем, че това са леки автомобили втора употреба, чиято цена средно е не повече от 2000 долара, става дума за 20 000 автомобиля, отчетени като износ за България (в Германия през съответната година и неотчетени в България). При вноса на бяла техника и при вноса на конфекция разликите идват главно при отчитането на стокообмена с Италия и Гърция (общо над 70 млн. щатски долара по тези позиции), а при вноса на алкохол – при отчитането на вноса от Великобритания (11 млн. долара). Проблемът с разминаванията при отчитането на вноса на алкохол от тази страна е със системен характер. От 1993 до 1998 г. алкохол на стойност между 11 (1998 г.) и 21 млн. долара (1993 г.) се отчита като износ за България, а в България не се отчита като внос.

Поне при 3 от позициите с най-големи разлики – 87, 85 и 61 – голяма част от вноса идва от т.нар. “куфарна търговия”. Тя преобладава със сигурност при вноса на конфекция (61).

Една интересна възможност за изследване е предположението, че в основата на тези разлики са нелегално пребиваващите в Гърция български гастарбайтери. По данни на Министерството на труда на Гърция те са между 50 и 80 хил. души. Според експертни оценки работещите българи изпращат, използвайки неформални мрежи и канали, на близките си в България не само валута, но и същите видове стоки – **бяла техника** (код 84), **облекло** (код 61) и т.н. Разликата при отчитането на вноса на България от Германия и Австрия се натрупва основно от позиция **автомобили** (87).\*

Особен интерес предизвикват и различията при суровините. Данните показват, че около 56% от разликите в отчетността при вноса са свързани със суровини. По този начин според експертите в областта на сивата икономика немалък брой български производства започват от сивата зона, като се създава реална възможност да добавят стойност единствено извън закона.

При **износа на България** за страните от ЕС натрупаните разлики на предоставената в Евростат информация идват от различни “посоки”. При износа на конфекция (62) повече от половината от съществуващата разлика идва от българския износ за Германия, а при износа по 61 (друг вид конфекция) – разликата е натрупана от износа за Гърция. Разликите при износа на черни метали (72) и торове (31) са главно от българския износ за Италия; а разликите при износа на мед – от износа за Германия.

Големите разлики при конфекцията – позиции 61 и 62, които, взети заедно, представляват почти 50% от разликите при износа, може би се дължат на чисто методически проблеми при отчитането на износа на произведената на ишлема продукция. Следващото “перо” – черна (72) и цветна (74 – мед) металургия, общо дава около 17% от натрупаните през 1998 г. разлики.

Както се вижда от схематичното изложение на резултатите от съпоставянето на данните между българската и западноевропейска статистика, по категоричен начин се открояват “сиви зони” на незаконен внос/износ. Едва при съпоставянето на данните от огледалната статистика започват да се очертават мащабите на контрабандните канали за

\* Разликите са от Германия (-42 млн. долара), Австрия (-25 млн. долара), Бенелюкс (-12 млн. долара) и Гърция (-10 млн. долара).

емблематичните луксозни стоки като бяла техника, битова електроника, автомобилни части, алкохол, цигари и други стоки.

В заключение трябва да се каже, че методът на огледалната статистика е един изключително ефективен инструмент в борбата с контрабандата. Ако специализираните органи започнат активно да използват възможностите на съвременните технологии, натискът върху типичните канали за контрабанда ще нарасне драматично. Възможности предлагат многоплановите проучвания – от определяне на конкретните фирми, които са възможен причинител на констатираните различия (и предизвикване на проверка на техните счетоводства), до създаване на електронна обмяна на данни между митническите администрации в Евроразоната и страните-кандидати за присъединяване

Нека разгледаме друг аналитичен инструмент за оценка на контрабандните канали, който дава възможност, освен да се погледне под друг ъгъл на контрабандата, също да се потърси и по-конкретна оперативна оценка.

### 2.3.2. МЕХАНИЗЪМ ЗА ОЦЕНКА НА КОНТРАБАНДАТА ЧРЕЗ ИЗВАДКОВИ МЕТОДИ (ИЛЮСТРИРАН С АНАЛИЗ НА ПАЗАРА НА ЦИГАРИ И АЛКОХОЛ В БЪЛГАРИЯ)

Този подход дава възможност да се съчетаят преките извадкови проучвания, използвани за маркетингови оценки за конкретни сегменти на потребителския пазар с официална, в случая митническа статистика.

**Първият етап** в прилагането на този механизъм се изчерпва с извършването на реална оценка на обема на контрабандираните стоки. Предлагаме за целта съчетаване на наличните маркетингови проучвания за масови стоки с митническата статистика. Подобен подход практически е лесно и бързо осъществим. Това е така, защото от началото на 90-те години практически за всеки пазар на масови продукти съществуват многобройни маркетингови проучвания. В настоящия момент има неколкогодишен тренд и надеждна информация за големината и структурата на основните пазари в страната. Сравняването между декларираната стойност на стоките от официалната митническа статистика и стойността от маркетинговите проучвания дава добра възможност за определянето на големината и структурата (видове марки, големина на опаковките и пр.) на пазара на контрабандните стоки. Ще дадем пример с двата най-дискутирани пазара – **цигарите и алкохола**.

При **пазара на вносен алкохол** се наблюдава положителна тенденция по отношение на ограничаването на контрабандата (както и на фалшифицирането на определени марки). Какви са фактите? Ако се вземе периодът 1989-1998 г., ще установим, че при вноса на водка количествата са се движели около 1.5 милиона литра, при различните видове вносни уискита обемите са варирали в границата между 2 и 2.5 милиона литра годишно. Като цяло би могло да се твърди, че в страната е налице относително стабилен пазар на вносен алкохол, изчисляван в рамките на 50-60 млн. лева.

Внесените законно количества алкохол според официалната статистика за 1998 г. възлизат на 4.1 млн. лева или около 6-8% от предполагаемия пазар. През 1999 г. обаче се наблюдава рязка промяна в поведението на основните играчи на този пазар. От една страна, българските митници въвеждат повишени мерки за контрол, а от друга страна световните производители започват да контролират доставките за страната. В резултат на това само до октомври на границите е деклариран алкохол на стойност от 12.3 млн. лева или 4 пъти повече от 1998 г., без да има никакви значими промени в

равнището на консумация. В тази връзка може да се твърди, че е налице тенденция за постепенна легализация на пазара на вносен алкохол.

При вносните **цигари** обаче играта продължава да се води при старите правила и дори в някои отношения ситуацията се е влошила. Според най-ниските оценки от маркетинговите проучвания годишният пазар в България е около 260 млн. лева [24]. Анализът на данните показва, че 85% от продадените цигари в страната като стойност са български и следователно 15% или 39 млн. лева е стойността на вносните цигари. Естествено възниква въпросът каква част от тези цигари са влезли по законен път. Отговорът е: за 1998 г. са влезли цигари на стойност от приблизително 5.5 млн. нови лева или може да се каже, че само 14.1% от вносените цигари са с легален произход. Ако се сравнят данните за 1999 г. ще се види, че вносените мита до месец октомври са намалели с около 35% спрямо тези от 1998 г.

**Втори етап** от прилагането на избраната методика предполага фокусиране върху потенциалните канали на дребно за контрабандираните стоки. При примера с вносните цигари и алкохол маркетинговите проучвания ясно показват пазарните дялове на отделните марки. Например, ако предположим, че марките Smirnoff, Finlandia и Absolut имат почти 78% от пазара на вносни водки в страната и че продадените количества съответстват на митническата статистика, а всички останали марки нямат официално внесени количества, то вниманието на специализираните органи трябва да се насочи към марки, които са с най-големи пазарни дялове извън групата от споменатите три марки. Като се има предвид, че според маркетинговите проучвания почти 2/3 от пазара на вносните водки е в четирите най-големи града на страната – София, Пловдив, Варна и Бургас, то фокусът на нарушенията силно се стеснява.

## 2.4. РАЗВИТИЕ НА ИНСТИТУЦИОНАЛНИ ФОРМИ ЗА БОРБА С КОНТРАБАНДАТА И КОРУПЦИЯТА

Сами по себе си описаните два подхода за оценка на контрабандата са инструменти за измерване. За да могат те да се превърнат в ефективно средство за противодействие на контрабандата, е необходимо да се съчетаят с типичните методи, използвани от държавата за принуда и наказание. Същевременно анализът на типичните контрабандни практики показва, че по-голяма част от усилията на компетентните органи са предимно на оперативното ниво. Според редица експерти в настоящия момент отговорните институции почти не познават и съответно не използват съвременните методи на социо-икономическата статистика.

Възможни са различни подходи за институционализиране и ефективно използване на предложените подходи за оценка на контрабандата. Като важна първа стъпка би могло да се създаде аналитичен център в рамките на някои от ресорните министерства (Министерство на финансите или МВР) или Министерския съвет, който да събира и анализира данните, постъпващи от различни източници като митническите и данъчните служби, международните сравнителни изследвания, данните на НСИ и пазарните проучвания на частни организации. Важно е да се уточни, че това звено не би следвало да се занимава с информация от разузнавателни източници и данни от разследвания. Подобно условие е свързано и със задължителния характер на прозрачността и публичността на подобна институция, която би трябвало периодично да публикува крайните резултати от проучванията си.

Основна задача на тази институция би трябвало да е оценката и мониторинга на контрабандните канали и пазарите им. Чрез описаните по-горе методи на “огледалната статистика” и “извадковите изследвания” може да се установят най-силно засегнатите сектори на българския пазар. След това относително успешно могат да се определят и основните цели за противодействието на контрабандните практики.

Нека се опитаме да използваме дадените по-горе примери, за да представим схематично два от възможните практически подхода за разрушаване на контрабандните механизми.

- **Институционален контрол и въздействие на макроравнище.** Този подход предполага пряк контакт между представители на институцията от името на държавата с представители на заподозряната в нарушение организация.

Можем да илюстрираме неговото прилагане в сферата на пазара на вносни цигари. По-детайлното вглеждане в десетгодишното развитие на този пазар ще установи, че въпреки значимите му размери през някои години\* представителите на големите цигарени корпорации в България не са проявили никакъв интерес към темата ограничаване на контрабандата. Нещо повече, цигарените компании са имали през тези години едни от най-големите рекламни бюджети в България. Възниква въпросът защо се правят подобни разходи. Разгърналата се през последните месеци дискуссия за участието в международната контрабанда на VAT (един от гигантите на цигарената индустрия) дава донякъде отговор на този въпрос. Според експерти някои корпорации съзнателно съдействат чрез своите рекламни кампании за продажбата на цигари, които фактически са продали преди това на българските контрабандисти. Сметката тук е проста – ако тези корпорации си платят българските мита и данъци, техните марки цигари ще са непродаваеми.

Подобна бе ситуацията със световните корпорации, внасящи алкохол в страната. През 1999 г. обаче те преразгледаха своята политика и промените са видими (виж т. 2.2). Подобна е ситуацията с вносителите на суровини. Ако от “огледалната” и митническата статистика се установи например, че вносът на спирт се разминава значително с платените мита, благодарение на съвременните технологични възможности, фирмите могат лесно да бъдат идентифицирани. Следователно ключова функция на тази институция би била установяването на форми на взаимодействие с фирмите, които съзнателно или несъзнателно подпомагат контрабандата в страната.

- **Контрол и въздействие върху контрабандната търговия на дребно.** Институцията трябва да има пълномощията да извършва проверки в търговската мрежа. В случая е важно да се въведе система за осъществяването на последните. В тази връзка можем да дадем за пример продажбата на вносни концентрати (вж. т. 2.2.). Както вече видяхме, около 70-90% от луксозните стоки, между които и вносните концентрати, се реализират в изброените четири най-големи града в страната. В тях има около 3000 магазина, където се продава алкохол (възможно е да се направи относително точна карта за дистрибуцията на всеки тип луксозна или масова стока). За да се постигне максимална ефективност с наличните финансови и човешки ресурси, са възможни различни алгоритми на оптимизация. Един от възможните подходи е компетентните органи да започнат проверки само за марките алкохол,

\* Преди кризата от 1996-1997 г. вносните марки имаха 2-3 пъти по-големи дялове отколкото в настоящия момент.



които нямат платени мита. Това може да бъдат месечни извадкови проверки. Например всеки месец да се проверяват по случаен принцип 10% от тези магазини, като се заявят ясно какви марки алкохол и цигари се търсят.

Може да се предположи, че малцина ще са онези собственици на магазини, които ще изберат риска да продават обявените вече като незаконно внесени марки. По този начини "незаконните марки" ще бъдат отрязани от дистрибуцията на дребно, което в малко по-дългосрочен период при силно конкурентния пазар на вносен алкохол ще е фатално за контрабандиста на едро. След като внесените мита при проверяваните марки достигнат нивата, съответстващи на средните продажби за съответната марка, ще последва процедура за изваждане от списъка за проверки. Като част от предложената безличностна технология може да се използва схемата за по-сгъстена извадка (например 20-30% и повече извадка) при марките, за които е характерно най-драстично нарушение на правилата и по-олекотена (2-5%) при марки с частични нарушения.

Целта на подобна **безличностна технология** е с ограничени човешки и финансови ресурси, като се използват наличните съвременни технологични възможности за търговците да бъде по-изгодно плащането на мита и данъци за съответните стоки. Друго предимство на подобен подход, е че по този начин контрабандистите на едро не могат да насочат вниманието си към конкретните изпълнители. Методът е безличен и автоматичен. В този смисъл подобен подход е трудно уязвим.

**Натиск върху търговията(каналите) на едро.** Анализът на оперативната митническа статистика ще е много ефективен при използването на този подход. Като пример може да посочим официалните данни за вноса на цигари през 1999 г. по месеци (табл. 2.2):

**ТАБЛИЦА 2.2. ВНОС НА ЦИГАРИ В БЪЛГАРИЯ ПРЕЗ 1999 Г.**

	Нето (кг)	Статистическа стойност (BGN)	Статистическа стойност (BGN)
Пури..., пурети, цигари...	62 814	1 440 318	782 117
Януари	1 865	47 375	28 334
Февруари	1	204	121
Април	18 744	429 601	240 035
Май	10 852	229 328	124 124
Юни	24	1 115	606
Юли	8 736	213 787	112 369
Август	11 005	238 791	127 733
Септември	60	2 669	1 435
Октомври	11 527	277 448	147 360

Както се вижда от таблицата, има месеци, през които декларираният внос на цигари е само по няколко килограма, което веднага навежда на мисълта за контрабанда. При подобна констатация би трябвало да бъде започната процедура за проверки например на складове за търговия на едро. Би трябвало подобна информация да предизвика и проверки на митниците, през които потенциално могат да се внесат подобни стоки.

Ако обобщим, предложеният механизъм за оценка на контрабандата по видове стоки и конкретни марки може ефективно да се използва и като инструмент за ограничаване и превенция на контрабандата, чието използване би допринесло за легализацията на пазарите за масови стоки..

## 2.5. СЪЗДАВАНЕ НА СПЕЦИАЛИЗИРАН ИНДЕКС НА КОНТРАБАНДАТА

Преобладава разбирането, че борбата срещу комплекса “контрабанда/корупция” трябва да се води само с използването на различни форми на агентурна информация. Предложените в настоящата брошура подходи не предполагат отказ от подобни инструменти. Напротив – съчетаването на “закритите” с “откритите” методи създава нови възможности за превенция и пресичане на трансграничната престъпност. Но за да функционира ефективно една институция за борба с контрабандата, е необходима публична обективна оценка за резултатите от тази дейност. В противен случай нейната дейност може да стане предмет на договаряне между контрабандисти, държавни служители и политици. Опитът на развитите западни демокрации показва, че липсата на информация за институции, натоварени с подобни функции, често подхранва подозрения от страна на медиите и съответно спад на доверието в тях от страна на обществото.

В тази връзка е целесъобразно създаването на общоприет Индекс на контрабандата, регистриращ промените в обемите и структурата на този тип престъпност. Той трябва да бъде публикуван с определена ритмичност (например два пъти годишно). Подобен индекс може да бъде създаден на базата на предполагаемите загуби на държавата от неплатените данъци и акцизи. Той може да се състои от определен брой контрабандирани стоки (селектирани в зависимост от общата им стойност), при които ще се сравняват платените мита и пазарният им дял като стойност и стоки, при които разликите\* са най-големи от съпоставянето на данни от българската статистика и статистиката на страните от OECD\*\*. С натрупването на емпиричен опит е възможно групите стоки да започнат да се теглят в зависимост от значението им.

В настоящия момент съществуват различни мнения за това какво трябва да включва подобен индекс, но безспорното е, че той трябва да се оповестява публично и данните му да подлежат на проверка. Описаните методи на “огледална статистика” и извадкови проучвания са една добра основа за дискусия.

При създаването на подобен индекс може да се ползва опитът от “изследването на жертвите”, провеждано в рамките на проекта “Ранно сигнализиране” на Програмата за развитие на ООН (UNDP), както и Корупционните индекси на Коалиция 2000. Индексите за измерване на корупцията например са създадени в резултат на дискусия между държавни и обществени институции и изследователски организации.

---

\* За които е известно, че не са в резултат на методологически несъответствия.

\*\* Би могло да се включат и други национални статистики от страни с развити статистически институти.